

**TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI  
FAKULTA TEXTILNÍ**

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**LIBEREC 2011**

**ŠÁRKA POLÁČKOVÁ**

# TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI

## FAKULTA TEXTILNÍ



Studijní program: B3107 Textil  
Studijní obor: 3107R007 Textilní marketing

## PRODEJ ZDOBENÝCH BARETŮ PŘES E-SHOP

## SELLING OF THE BERETS VIA E-SHOP

Šárka Poláčková

KHT-T08000209

**Vedoucí bakalářské práce:** Ing. Jindra Porkertová

**Rozsah práce:**

Počet stran textu ...44

Počet obrázků .....12

Počet tabulek .....6

Počet grafů.....10

Počet stran příloh..2

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Šárka POLÁČKOVÁ  
Osobní číslo: T08000209  
Studijní program: B3107 Textil  
Studijní obor: Textilní marketing  
Název tématu: Zdobený baret  
Zadávající katedra: Katedra hodnocení textilií

### Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

1. Vypracujte rešeršní část na téma baret.
2. Vyroberte několik vzorových baretů různých typů a stanovte kalkulaci výrobku.
3. Proveďte průzkum trhu a zjistěte cílovou skupinu zákazníků a vhodnou cenu výrobku na trhu.
4. Navrhněte vhodnou reklamní strategii.
5. Realizujte internetový prodej zdobených baretů.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

**30 - 40 stran**

Forma zpracování bakalářské práce:

**tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

1. Vašítková M.: Marketing služeb. Grada, Praha 2008
2. Rydvalová P.: Drobné podnikání. TUL Liberec, 1999

Vedoucí bakalářské práce:

**Ing. Jindra Porkertová**

Katedra textilních materiálů

Datum zadání bakalářské práce:

**29. října 2010**


Termín odevzdání bakalářské práce:

**2. května 2011**

  
prof. RNDr. Aleš Linka, CSc.

děkan



  
Ing. Vladimír Bajžík, Ph.D.

vedoucí katedry

V Liberci dne 1. listopadu 2010

## PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracovala jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušila autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb. O právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

Souhlasím s umístěním bakalářské práce v Univerzitní knihovně TUL.

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č.121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 (školní dílo).

Beru na vědomí, že TUL má právo na uzavření licenční smlouvy o užití mé bakalářské práce a prohlašuji, že **s o u h l a s í m** s případným užitím mé bakalářské práce (prodej, zapůjčení apod.).

Jsem si vědoma toho, že užít své bakalářské práce či poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem TUL, která má právo ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, vynaložených univerzitou na vytvoření díla (až do jejich skutečné výše).

V Liberci dne 21.12.2011.

.....

Podpis

## **PODĚKOVÁNÍ**

Na tomto místě bych ráda poděkovala své vedoucí práce Ing. Jindře Porkertové za připomínky a pomoc při vedení práce.

## **ANOTACE**

Cílem této bakalářské práce je zjistit, zdali by se finančně vyplatilo založit E-shop, ve kterém by se prodávaly zdobené barety různých barev a odstínů. Teoretická část práce se věnuje historii baretů v České republice a jejich výrobě. Praktická část se zabývá stanovením ceny a dotazováním respondentů, aby bylo zjištěno, zda-li bude o zdobené barety zájem a jak se budou prodávat v internetovém obchodě.

### **KLÍČOVÁ SLOVA:**

Baret, prodej, internetový obchod, cena.

## **ANNOTATION**

The aim of the bachelor thesis is to find out if the making of E-Shop, which will offer decorated berets of various colors and shades. The theoretical part of this work is devoted to the history of berets in the Czech Republic and their production. The practical part deals with the price and questioning of respondents, in order to determine, whether it will be about decorated berets interest and how they will be sold in online store.

### **KEY WORDS:**

The berets, selling, E-shop, price.

## Obsah

1. Úvod.....	8
2. Historie baretů v ČR.....	8
3. Výroba baretů.....	10
3.1 Příze .....	10
3.2 Soukání .....	12
3.3 Pletení .....	12
3.4 Strojní sešívání.....	13
3.5 Ažurování.....	13
3.6 Spravování .....	14
3.7 Stehování .....	14
3.8 Karbonizování.....	14
3.9 Čištění .....	15
3.10 Valchování .....	16
3.11 Barvení .....	17
3.12 Formování .....	19
3.13 Česání .....	19
3.14 Postřihování.....	19
3.15 Kartáčování .....	20
3.16 Dohotovění baretu .....	20
3.17 Konfekce .....	20
4. Zdobení baretů.....	21
Obrázek č. 1: Modrý baret.....	21
Obrázek č. 2: Červený baret .....	22
Obrázek č. 3: Hnědý baret .....	22
Obrázek č. 4: Fialový baret.....	22
Obrázek č. 5: Růžový baret .....	23
Obrázek č. 6: Fialový baret.....	23
Obrázek č. 7: Růžový baret .....	23
Obrázek č. 8: Tmavě modrý baret .....	24
Obrázek č. 9: Světle modrý baret .....	24
Obrázek č. 10: Červený baret .....	24
Obrázek č. 11: Modrý baret.....	25
Obrázek č. 12: Tmavě modrý baret .....	25
5. Náklady .....	25
5.1 Náklady na reklamu .....	26



6.	Cenová kalkulace E-shopu .....	26
6.1	Tvorba www stránek .....	26
6.1.1	Průběh řešení .....	27
6.1.2	Cena .....	27
6.2	Tvorba E-shopu .....	28
6.2.1	Cíle .....	28
6.2.2	Průběh řešení .....	28
6.3	Grafický návrh internetového obchodu .....	28
6.3.1	Průběh řešení .....	28
6.4	Implementace grafického návrhu .....	29
6.4.1	Průběh řešení .....	29
6.5	Implementace internetového obchodu .....	29
6.5.1	Cíle .....	29
6.5.2	Průběh řešení .....	30
7.	Dotazník .....	31
7.1	Vyhodnocení otázky č. 1 .....	31
7.2	Vyhodnocení otázky č. 2 .....	32
7.3	Vyhodnocení otázky č. 3 .....	33
7.4	Vyhodnocení otázky č. 4 .....	34
7.5	Vyhodnocení otázky č. 5 .....	34
7.6	Vyhodnocení otázky č. 6 .....	35
7.7	Vyhodnocení otázky č. 7 .....	35
7.8	Vyhodnocení otázky č. 8 .....	36
7.9	Vyhodnocení otázky č. 9 .....	36
8.	Průzkum u konkurence .....	37
9.	Stanovení prodejní ceny .....	37
10.	SWOT analýza .....	40
11.	Závěr .....	41
12.	Použitá literatura .....	43
13.	Seznam grafů .....	44
14.	Seznam tabulek .....	44
15.	Seznam obrázků .....	44
16.	Příloha: dotazník .....	46

## 1. ÚVOD

Cílem této bakalářské práce je zjistit, zdali by se finančně vyplatilo založit E-shop, ve kterém by se prodávaly zdobené baretý různých barev a odstínů.

Teoretická část se bude zabývat informacemi o baretech, konkrétně historií baretů a jejich výrobou. Je potřeba mít co nejlepší znalost produktu, který se bude prodávat.

Dále v rámci této práce bude popsáno zdobenění baretů a na ukázkou bude přiloženo několik fotografií baretů, které byly již nazdobeny. Poté budou důkladně rozepsány veškeré náklady na výrobu nabízeného produktu v E-shopu a také náklady na tvorbu internetového obchodu samotného.

V praktické části bude 100 respondentům rozdán dotazník, který bude zaměřen na nošení baretů a bude sledovat nákupní chování potenciálních zákazníků. Tento dotazník bude následně vyhodnocen za pomoci grafů. Také bude proveden cenový průzkum u různých firem, které prodávají pokrývky hlavy, kvůli stanovení optimální ceny nabízeného produktu. Pro lepší určení konečné ceny, za kterou se budou zdobené baretý v internetovém obchodu prodávat, bude založen účet na internetových stránkách [www.aukro.cz](http://www.aukro.cz), kde se bude prodávat několik zdobených baretů a bude se sledovat postupný vývoj prodeje.

## 2. HISTORIE BARETŮ V ČR

Fezy se začaly vyrábět ve Strakonicih pravděpodobně již koncem 18. století. Výrobu prováděli samostatní živnostníci – punčocháři. Styk s orientem, zejména odbyt výrobků zprostředkovávali linečtí a vídeňští obchodníci.

V roce 1809 naučil strakonické živnostníky plstění a barvení fezů vojín Napoleonovy armády, který zůstal ve Strakonicih.

První továrnu na fezy založil ve Strakonicih v roce 1818 Wolf Fürth. Prvními mistry a dělníky této továrny byli punčocháři, kteří postupně pozbývali své samostatnosti a stávali se námezdními silami.

Podle záznamu krajského úřadu v Písku ze dne 31.7.1828 zaměstnával Wolf Fürth asi 900 osob. Výroba fezů se stále zvyšovala a v roce 1862 dosahuje již cca 100 tisíc tuctů ročně. V letech 1865 až 1866 zaměstnává výroba fezů 3 tisíce osob a počet obyvatel Strakonic dosahuje 7000 oproti 3800 z roku 1838.

Po vzoru Fürthově začaly vyrábět ve Strakonicích fezy další podnikatelé jako Zuckerové, Steinové, Weilové, v Husinci a Písku Kleinové, v Mikulovicích Carlo Volpiny di Meastri, v Batelově Novotný a jiní.

Zuckerova továrna, dnešní závod O2, byla zřízena kolem roku 1820 a v roce 1867 získala na pařížské výstavě bronzovou medaili, která je dosud v archivu národního podniku.

Prvního července 1899 utvořili továrníci, aby zamezili konkurenčnímu boji, Akciovou společnost továren na fezy, která měla 5 továren. Před rokem 1914 bylo vyráběno asi 125 druhů fezů a celkový měsíční vývoz činil 75 tisíc tuctů.

První světová válka izolovala Rakousko od odbytišť fezů, výroba se omezovala a přetvářela na jiné výrobky jako vojenské kamaše, látky na spodní prádlo, podšívky do vojenských plášťů a vojenské plášťové látky. Po skončení války se obchod s fezy opět slibně vyvíjel, když došlo roku 1925 k další ráně – zákazu nošení fezů v Turecku, hlavnímu odbytišti. Toto přísné nařízení tehdejšího vládce Turecka Kemala Paši způsobilo, že z pěti továren Akciové společnosti vyráběla fezy pouze jedna a ostatní se přeorientovaly na výrobu baretů, látek, plstí a kovových sít pro papírny.

Výroba baretů se slibně rozvíjela a roku 1935 bylo vyráběno již 4 tisíce tuctů baretů a 700 tuctů fezů denně.

Druhá světová válka přerušila i tuto konjunkturu, vývoz fezů téměř zanikl, barety se vyráběly z podřadných surovin, zaváděla se výroba umělých květin, sandálů, nákupních tašek, později i protiplynových masek.

Po osvobození v roce 1945 byla zavedena v továrně národní správa, jejíž první starostí bylo navázat přerušené spojení se zahraničím, což se také vcelku podařilo.

V červenci roku 1946 byla akciová společnost továren na fezy znárodněna s platností od 1. ledna 1946 a její firma změněna na Vlnářské závody a fezářny, národní podnik, Strakonice.

Barety a fezy se vyvážejí téměř do všech světadílů a jejich odbyt rok od roku stoupá, takže dle perspektivního plánu rozvoje má být v roce 1965 vyráběno pro export cca 7 miliónů kusů ročně a pro tuzemsko cca 4 milióny kusů ročně.<sup>1</sup>

### **3. VÝROBA BARETŮ**

#### **3.1 Příze**

Pro výrobu baretů a fezů zpracováváme čistě vlněné příze a tato příze musí mít následující vlastnosti:

- a) jemnost příze – číslo příze
- b) zákruty
- c) pevnost
- d) pružnost příze
- e) stejnoměrnost příze
- f) nestejnoměrnost v čísle, zákrutech a pevnosti
- g) vlhkost příze
- h) tržná délka příze

Zákruty – pro výrobu baretů a fezů je potřeba pokud možno nejmenší počet zákrutů a to z toho důvodu, aby surové úplety ve valše dobře plstily. U barevných přízí se používá

---

<sup>1</sup> Interní informace poskytnuté společností Tonak a.s. ze dne 4.11.2011

zhruba 130 – 160 zákrutů na  $\frac{1}{2}$  metru a fezových přízí pak dle čísla příze od 70 – 135 zákrutů na  $\frac{1}{2}$  metru.

**Pevnost** – vyjadřuje odpor, který kladou vlákna příze při působení průtržného úsilí. Pevnost příze se určuje buď přetržení jedné příze, nebo pásma na určitou délku. Vyjadřuje se v jednotkách váhových, gramech nebo kilogramech. Pevnost příze je velmi důležitá při dalším jejím zpracování a na ní závisí hladký chod pletacích stávků.

**Pružnost** – je schopnost prodlužovat se při zatížení a navrátit se do původní polohy při přerušeném zatížení. Měří se v % původní délky. Příze, která vykazuje dobrou pružnost, se lépe zpracuje a zvyšuje jakost hotového výrobku.

**Stejnomořnost** – má značný význam ve výrobě. Stejná jemnost po celé délce příze, tzn. bez tenkých nebo tlustých míst a stejného příčného rozměru, je nutným předpokladem k docílení bezvadného vzhledu hotového zboží. Dobrá příze má být stejnoměrná jak podle čísla, tak podle tloušťky a počtu zákrutů.

**Nestejnomořnost** v čísle, zákrutech a pevnosti se nazývají odchylky, které se zjistí při zkoušení přízí na různých místech délky. Vyjadřují se v procentech a slouží jako ukazatel pro jakost příze.

**Vlhkost** – neboli hydroskopičnost se nazývá schopnost příze přijmout ze vzduchu vlhkost. Vlhkostí se rozumí obsah vody vyjádřený v procentech váhy absolutně suché příze. Stupeň vlhkosti je různý při použití různorodých textilních surovin a měří se při normální vlhkosti a teplotě vzduchu, tj. 65% (+/- 2%) relativní vlhkosti vzduchu a 20°C (+/- 2°C) tepla. U mykané příze čistě vlněné jest dovolená vlhkost 17%. U česané příze čistě vlněné jest dovolená vlhkost 18,25%.

**Tržná délka** – představuje délku příze v metrech, při které se příze volně zavěšená přetrhne účinkem vlastní váhy.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Interní informace poskytnuté společností Tonak a.s. ze dne 4.11.2011

### 3.2 Soukání

Příze dodávané přádelnou nejsou vhodné k dalšímu zpracování. Je nutnost připravit přízi tak, aby byla co nejlépe způsobilá pro nastávající pracovní postupy, tzn. převést přízi z tvaru nevhodného na tvar vhodný pro další zpracování.

Pletárna dostává přízi z přádelny ve tvaru potáčů. Převádění příze, tzv. soukání, na vhodný tvar pro zpracování příze přistupuje ještě její čištění, přezkoušení pevnosti, kdy se odstraní slabá místa v přízi. Toto přezkoušení příze si provádí stroj sám pomocí zařízení, která jsou na strojích namontována, takže práce sukačky je omezena na navlékání potáčů na vřetena, odstraňování přetrhů a snímání nasoukaných cívek.

Pro výrobu baretů se používá soukání na konusové křížem soukané cívky.<sup>3</sup>

### 3.3 Pletení

Pletařské stroje používané v pletařské výrobě se podle použití dělí na:

- a) stroje na výrobu punčochových výrobků
- b) stroje na výrobu pleteného prádla
- c) stroje na výrobu vrchního pleteného ošacení
- d) stroje na výrobu rukavic

V pletařské výrobě se setkáváme i s jinými speciálními stroji (kravatovými, baretovými, páskovacími atd.), které nenáleží k žádné z výše uvedených skupin. Na výrobu baretů jsou tedy zapotřebí speciální pletací stroje, tj. stroje pro výrobu baretů a fezů.

V principu jsou to ploché pletací stávky dvouhlavé jednolůžkové. Podle čísla metrického příze se používají tyto stroje v různém dělení. Pro nejhrubší druhy fezů se používají stroje dělení 5“, tzn. 5 jehel na anglický palec (2,54 mm). Pro nejjemnější druhy fezů se používají stroje dělení 10“. Pro výrobu baretů se používají stroje dělení 7/8“ a stroje dělení 8“. Pro zvlášť jemné druhy baretů jsou stroje dělení 10“.

---

<sup>3</sup> Interní informace poskytnuté společností Tonak s.r.o. ze dne 4.11.2011

Vazba pleteniny, kterou na těchto strojích můžeme plést, je jednorázcí zátažná pletenina. Tvar a velikost baretu je docilována již přímo na pletacích strojích jejich seřazením. Rovněž petlička baretu je naplétána přímo při pletení vlastního baretu. Ujímání je pak prováděno tím způsobem, že se přivádí do pracovní činnosti pouze ty jehly, které jsou pro tvar bezpodmínečně nutné.

Vzorkování na baretových i fezových pletacích stávcích je velmi silně omezeno a je možno měnit pouze tvar bez zvláštních barevných efektů, což znamená, že je zde nutno vyrábět pouze hladkou pleteninu.

Dalším typem stroje, který je ve výrobě baretů a fezů používán avšak pro jiné účely, jsou okrouhlé pletací stávky, ze kterých vychází pletenina ve tvaru hadice. Tento stroj se však pro výrobu baretů nedá použít vzhledem k nemožnosti ujímání.<sup>4</sup>

### 3.4 Strojní sešívání

Baret, který vychází z pletacího stávku, je otevřený. Musí se uzavřít od středu k obvodu. Sešívání se může provádět buď ručně, nebo strojem. Pro strojní sešívání se používá dvoujehlových dvounitých řetízkočacích strojů s velkým věncem, na jehož obvodu jsou umístěny navlékácí jehly s kontinuálním otáčením.

Stroj automaticky odstřihuje napracování na baretu, čistí baret od půloček, které zůstávají v baretu po odstřižení napracování, a sešívá surový úplet.<sup>5</sup>

### 3.5 Ažurování

Po strojním sešívání baretů přicházejí další fáze výroby a to je ažurování. Zde se pak šije lem kolem hlavy na šicích strojích jednojehlových jednonitých s kličkačem, který tvoří jednonitý řetízkový steh.

---

<sup>4</sup> Interní informace poskytnuté společností Tonak s.r.o. ze dne 4.11.2011

<sup>5</sup> Interní informace poskytnuté společností Tonak s.r.o. ze dne 4.11.2011

Účelem této pracovní operace je předně zpevnit okraj baretu a současně zabránit v další výrobní operaci zarulování a zavalchování okraje baretu.<sup>6</sup>

### **3.6 Spravování**

Poslední fáze surové výroby je spravování. Zde se pak odstraňují chyby, které se vyskytly v úpletech během předcházejících pracovních operací. Spravování je prováděno ručně a úplety se spravují základním materiálem, ze kterého jsou vyrobeny.<sup>7</sup>

### **3.7 Stehování**

Fezy se po ručním zcelení se nejdříve chemicky čistí a karbonizují a po těchto pracovních operacích se vracejí zpět na surovou výrobu, kde se nejdříve spravují a pak se stehují vždy dva úplety k sobě. Úplety se stehují na jednojehlových jednonitých obnitkovacích strojích.

Účelem stehování je zabránit zarulování a tak i zaplštění okrajů fezů při valchování a tím i jejich znehodnocení. Po valchování a barvení se stehy vyparují a okraj fezu zůstává pěkně rovný.<sup>8</sup>

### **3.8 Karbonizování**

Karbonizační proces, kterým prochází téměř veškeré vlněné zboží, je rozdělen do dvou fází:

- a) namáčení zboží a odstředování
- b) předsoušení a vypalování nečistot

---

<sup>6</sup> Interní informace poskytnuté společností Tonak s.r.o. ze dne 4.11.2011

<sup>7</sup> Interní informace poskytnuté společností Tonak s.r.o. ze dne 4.11.2011

<sup>8</sup> Interní informace poskytnuté společností Tonak s.r.o. ze dne 4.11.2011



Namáčení zboží – baretů se namáčejí do slabého roztoku kyseliny sírové za přidání smáčecího prostředku Synacid N, který urychluje proces smáčení a snižuje povrchové napětí ve vláknech. Po řádném smočení, které trvá cca 1,5 hod., následuje odstředování namočeného zboží. Tento pracovní proces má velkou důležitost, neboť zboží, ve kterém zůstane větší množství lázně než je bezpodmínečně nutno, se při vlastním vypalování v komorách spálí.

Po odstředění se zboží vkládá do vypalovacích komor, kde se předsouší a jako poslední fáze se vypaluje. Předsoušení se provádí při teplotě 60 – 70°C a vlastní vypalování pak při teplotě 90 – 110°C.

Účelem karbonizování je to, aby byly z vlny odstraněny všechny rostlinné příměsky, které jsou ve vlně obsaženy. Nedodržování technologických předpisů při karbonizování má za následek porušení vlákna, zhrubnutí baretů a fezů a tím zhoršení jeho konečného vzhledu.<sup>9</sup>

### 3.9 Čištění

Po karbonizaci je dalším výrobním úsekem chemické čištění. Čistí se pouze baretů a fezy určené pro bílé, pastelové nebo světlé barvy. Účelem čištění je odstranění smolných značek ve vlně. U středních a tmavých barev není nutno čištění provádět, jelikož se smolné značky při barvení ztratí. Naproti tomu u světlých, pastelových a bílých barev tyto smolné špičky vystupují na povrch hotových výrobků a působí nežádoucí tmavé tečky na hotových výrobcích, které se jen velmi těžko odstraňují, a takové zboží je potom zahrnováno do nižších jakostních tříd.

Čištění je prováděno na speciálních strojích, které se běžně používají v chemických čistírnách a jako čisticí prostředek se používá trichlorethylen.

Nevýhodou tohoto čištění je to, že trichlorethylen odstraňuje nejen smolné značky ve vlně, ale současně odstraňuje téměř veškerý tuk z vlákna. Toto má nepříjemný vliv při dalším zpracování. Zboží zbavené tuku špatně plstí, vlákno je křehké a při počesávání se

---

<sup>9</sup> Interní informace poskytnuté společností Tonak s.r.o. ze dne 4.11.2011

tento vlas láme místo toho, aby se vyčesával. Povrch baretu je pak holý a jsou znát na baretu všechny renže.<sup>10</sup>

### 3.10 Valchování

Aby barety a fezy byly prodejné, musí ještě nabýt takového vzhledu, jak je vidíme v obchodech. Musí se valchovat. Tato úprava je dost choulostivá, neboť proces, suroviny i doba jsou různé podle toho, jakého výsledku chceme dosáhnout: baret měkký, poddajný, hustý, těžký, zplstění více či méně intenzivní. Je třeba brát v úvahu dobu valchování, kvalitu vlny a její zákrut, kvalitu a teplotu lázně, kapacitu valchy a její rychlost. Doba pasáže je různá a pohybuje se od 1 až do 8 hodin.

Valchování se provádí na kladivových valchách, pro barety a fezy s vlasovým povrchem pak na valchách válcových (cylindrových). Pro zlepšení kvality valchování se používá různých druhů valchování jako je valchování kyselé, valchování alkalické popř. valchy neutrální apod.

Pro zrychlení valchovacího procesu jsou používány různé valchovací prostředky jako: Duopon, průmyslové mýdlo, AS pasta, Synval NR apod.

Pro valchování baretů se používají valchy kyselé. Ve valše se provádí při jednom založení zboží tři pracovní operace a to: neutralizování účinků kyseliny sírové, praní a vlastní valchování. Po této pracovní operaci část fezů probíhá v bílé úpravě. To znamená, že tyto fezy se formují, pak přicházejí na suchou úpravnu, kde se vyčesává vlas, postřihují se a po těchto pracovních operacích se vracejí do valchy, kde se proměřují a jdou do barevny a nastává normální pracovní postup.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Interní informace poskytnuté společností Tonak s.r.o. ze dne 4.11.2011

<sup>11</sup> Interní informace poskytnuté společností Tonak s.r.o. ze dne 4.11.2011

### 3.11 Barvení

V této fázi výroby jsou baretý a fezy barveny dle jednotlivých požadavků odběratelů. Barvení se provádí na kádích, které jsou opatřeny jedním nebo dvěma koly s více lopatkami. Tato kola obstarávají:

- a) pohyb lázně
- b) pohyb zboží
- c) obrácení zboží v lázni (vrchní zboží je tlačeno do spodu lázně a spodní zboží vynášeno na povrch lázně) – toto má za účel řádné probarvení baretů a fezů.

Pohyb a otáčení kol je uzpůsobeno tak, aby čistě vlněné výrobky měly pokud možno nejmenší pohyb (cca 18 obrátek kola za 1 min.) a to z toho důvodu, že při rychlejším pohybu v lázni vypadává z výrobku krátký materiál, který je v přízi jako výplněk.

Při barvení polovlněných výrobků musí být pohyb materiálu a tím pochopitelně i pohyb kola rychlejší (cca 30 obrátek kola za 1 min.). Otáčení musí být upraveno vždy tak, aby nebylo na závalu řádného probarvení zboží.

Celý proces barvení je velmi náročný a vyžaduje naprosto přesného dodržování technologického postupu:

- a) správné předepsání a složení barev
- b) rozpuštění naváženého barviva
- c) délka barvicí lázně
- d) založení barveného materiálu
- e) doba zavařování zboží
- f) doba vaření
- g) vzorkování
- h) přídavky

- i) praní a zchlazování zboží
- j) vyjímání zboží z barvicích kádí

a) Každá barva se skládá z několika barviv. Jejich správný poměr pak dává konečný efekt.

b) Barva se musí v první řadě řádně rozvařit, aby v kádí nezůstaly kousky nerozpuštěného barviva. Tyto kousky nerozpuštěného barviva pak při styku se zbožím působí barevné skvrny. Rovněž tak je nutno navážít a dát do kádí potřebné množství Glauberovy soli a přidat předepsané množství kyseliny sírové.

c) Používaná délka barvicí lázně při barvení baretů a fezů je 1:30, tzn. na 1 kg zboží je 30 litrů vody.

d) Zboží se zakládá při teplotě lázně cca 30°C.

e) Zde je velmi nutné dodržovat přesně dobu zavařování, neboť zkrácení doby zavařování má za následek špatná probarvení. Zavařování znamená dobu, za kterou se přivede barvicí lázeň do varu. U baretů a fezů je doba zavařování stanovena od 45 minut až do 90 minut a řídí se dle síly barveného zboží.

f) Doba vaření je doba, po kterou musí být lázeň ve varu. Tato doba je od 30 – 45 minut.

g) Po předepsané době vaření se berou vzorky, když se předtím zastavil přívod páry a zboží se zchladilo. Vzorky se porovnávají s předepsanou barvou dle vzorkovnice.

h) Nesouhlasí-li barva se vzorkovnicí, je nutno dávat přídavek. Přídavek barvy se musí nejdříve řádně rozpustit v horké vodě a pak přes sítko přidávat do barvicí lázně. Po tomto přidání se zboží znovu zavaří, vaří se cca 15 minut a odebírá se další vzorek.

i) Souhlasí-li obarvené zboží se vzorkovnicí, vypouští se z barvicí kádě barevná lázeň za současného přítoku studené vody. Tímto se nejen zboží zchlazuje, ale i pere. Zboží se pere tak dlouho, až lázeň, která odtéká z kádě, je čistá.

j) Po řádném vyprání a zchlazení zboží se toto vyjímání z barvicích kádí a odstraňuje se přebytek vody ve zboží v odstředivce.<sup>12</sup>

### **3.12 Formování**

Po vybarvení se barety za vlhka tvarují na formách dle jednotlivých velikostí baretů. Barety se tvarují na kroužky. Po vytvarování jdou barety do sušících komor, kde se teplem při teplotě 60 – 80°C ustaluje tvar. Po usušení se z baretů vyjímají formy a zboží přechází do dalších fází výroby.<sup>13</sup>

### **3.13 Česání**

Barety jsou po vytvarování a usušení tuhé. Aby byl vlas načechrán a úplet měl lepší vzhled, počesává se na počesávacím stroji s otáčivými drátěnými štětkami.

U světlých, pastelových a bílých barev se barety počesávají na stroji 7 minut, tmavé barvy se pak češou 14 minut. Světlé, pastelové a bílé barvy se pak ještě počesávají ručně na rostlinných štětkách, aby byl vlas řádně načechrán.

### **3.14 Postřihování**

Po vyjití z počesávacího stroje a po ručním přechesání je vlas příliš načechrán a baret nevypadá o nic lépe než předtím. Proto se postřihuje, aby dostal konečný vzhled: jako vlněný samet. Je to operace, která vyžaduje dost péče, má-li se dosáhnout žádaného výsledku. Zde je kombinace dvou postřihovacích strojů se šroubovými noži. Na jednom stroji se postřihuje vršek baretu, na druhém stroji pak okraj baretu.

---

<sup>12</sup> Interní informace poskytnuté společností Tonak s.r.o. ze dne 4.11.2011

<sup>13</sup> Interní informace poskytnuté společností Tonak s.r.o. ze dne 4.11.2011

Stroje musí být seřízeny tak, aby výška vlasu byla stejná jak na vršku baretu, tak i na spodku baretu.<sup>14</sup>

### **3.15 Kartáčování**

Po postřihování má baret na vnější straně definitivní vzhled. Zbývá ještě upravit vnitřek baretu. Vnitřek baretu se pouze kartáčuje na kartáčovacím stroji. Tímto se odstraní nečistoty, které ulpěly na baretu během výroby.<sup>15</sup>

### **3.16 Dohotovení baretu**

Na tomto oddělení, podobně jako na spravování baretů, se odstraňují na baretu chyby, které vznikly při jeho úpravě. Navíc je zde prováděno zařazování do jednotlivých jakostních tříd, jeho adjustace a balení.<sup>16</sup>

### **3.17 Konfekce**

Podle přání jednotlivých odběratelů se zde provádí různá konfekce baretů. Jde hlavně o barety s hedvábnou podšívkou a pravokoženým potním páskem a pak o barety se štítkem různě tvarované, jakož i vojenské barety druhu Service.

Jsou to pikýrovací stroje pro všívání podšívek do baretů, dále pak řetízkovací stroje s ořezem na konfekcionování dámských a dětských čape, prošívací stroje s klikatým stehem na přišívání potních pásků do baretů a hladkých prošívacích strojů na konfekcionování štítkových a vojenských baretů.<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup> Interní informace poskytnuté společností Tonak s.r.o. ze dne 4.11.2011

<sup>15</sup> Interní informace poskytnuté společností Tonak s.r.o. ze dne 4.11.2011

<sup>16</sup> Interní informace poskytnuté společností Tonak s.r.o. ze dne 4.11.2011

<sup>17</sup> Interní informace poskytnuté společností Tonak s.r.o. ze dne 4.11.2011

## 4. ZDOBENÍ BARETŮ

Na zdobení baretů budou použity různé ozdoby, korálky, flitry atd. Tyto různé ozdoby budou zakoupeny přes E-shop společnosti Stoklasa, s.r.o., který poskytuje při větší objednávce slevu.

Při použití hotových ozdob, které se jen na baret našijí, budou použity také korálky napodobující perly nebo flitry, které budou našity přímo na baret okolo ozdoby, popř. na ozdobu samotnou.

Dalším způsobem zdobení baretů může být použití jiného baretu stejné barvy a stejného či odlišného odstínu. Z jednoho baretu se vystřihne kus požadovaných rozměrů a požadovaného tvaru. Můžeme vystříhnout přímo určitý tvar, např. kolečko, nebo se z vystřiženého kusu teprve vytvaruje potřebný tvar, který se poté přišije na baret.

Pro přišívání ozdob byl použit vlasec místo nitě. Niť je totiž vidět více a je problém sehnat správný odstín shodný s ozdobou. Vlasec je univerzální a nemusí se během přišívání jednotlivých ozdob různých barev měnit barvy nití.

Při navrhování zdobených baretů byly mou inspirací internetové stránky [www.tonak.cz](http://www.tonak.cz) a časopisy Žena a život, Elle, Marianne, Burda.

Níže naleznete přehled zdobených baretů, které budou na internetu v nabídce k prodeji.

**Obrázek č. 1: Modrý baret**



Modrý baret byl nazdoben světle modrými květinami a doprostřed té květiny a okolo jsou našity korálky.

**Obrázek č. 2: Červený baret**



Červený baret, na kterém je přišitá květinová ozdoba. Ve středu květin jsou přišité korálky v podobě perliček.

**Obrázek č. 3: Hnědý baret**



Hnědý baret, na kterém jsou přišité korálky různých barev a různých velikostí.

**Obrázek č. 4: Fialový baret**



Fialový baret zdobený bílými květinami a perličkami v barvě perleťové a bordó.



**Obrázek č. 5: Růžový baret**



Růžový baret zdobený bílými květinami a perličkami v barvě perleťové, růžové a fialové.

**Obrázek č. 6: Fialový baret**



Fialový baret zdobený černo-stříbrnou květinovou ozdobou a tmavě a světle fialovými skleněnými korálky.

**Obrázek č. 7: Růžový baret**



Růžový baret zdobený černo-stříbrnou květinovou ozdobou. Ve středu květin a okolo ní jsou přišité korálky v barvě růžové, fialové a perleťové.

**Obrázek č. 8: Tmavě modrý baret**



Tmavě modrý baret byl nazdoben světle modrými květinami. U prostřed každé květiny jsou našity modré korálky, které jsou umístěné také mezi dvěma květinami přímo uprostřed.

**Obrázek č. 9: Světle modrý baret**



Světle modrý baret zdobený mašličku v barvě smetanové, která byla vytvořena vystřížením delšího pruhu z jiného baretu a vytvarována do tvaru mašle. Okolo mašličky a také přímo na ní byly přišity modré flitry.

**Obrázek č. 10: Červený baret**



Červený baret zdobený černo-stříbrnou květinovou ozdobou. Ve středu květin jsou přišité celkem dva korálky ve vínové barvě. Okolo ozdoby jsou z každé strany umístěné 3 černé korálky.

**Obrázek č. 11: Modrý baret**



Modrý baret, na kterém jsou přišitá tři kolečka v barvě smetanové. Kolečka byla vytvořena vystřížením tří koleček z jiného baretu. Každé kolečko je kolem dokola a uprostřed zdobeno modrými flitry, které jsou také přišité po pravé straně smetanových koleček.

**Obrázek č. 12: Tmavě modrý baret**



Tmavě modrý baret zdobený černo-stříbrnou květinovou ozdobou. Ve středu květin jsou přišité celkem dva fialově-modré korálky. Okolo ozdoby jsou přišité modré flitry.

Pro všechny výše uvedené obrázky platí: *Vlastní zdroj.*

## 5. NÁKLADY

V tabulce níže naleznete přehled nákladů spojených s prodejem zdobených baretů.

**Tabulka č.1: Náklady na výrobu baretů**

Položka	Cena v Kč s DPH
Baret ze 100% vlny	110,-
Balíček korálek (mix)	83,50
Balíček flitrů (jedné barvy)	35,-

Prodej zdobených baretů přes E-shop

25

Květinová ozdoba bílá (1 ks);	3,50
Květinová ozdoba černá (1 ks)	3,50
Modré květiny (1 ks)	1,50
Jehly	22,-
Vlasec (cívka)	26,-
Hodinová mzda	120,-

*Pramen: vlastní tabulka.*

Hodinová mzda je stanovena 120,- Kč. Za jednu hodinu se nazdobí tři barety. Z výše uvedené tabulky vyplývá, že výrobní náklady jednoho nazdobeného baretu jsou cca 160,- Kč.

## 5.1 Náklady na reklamu

Ačkoliv je reklama hodně důležitá, zpočátku se bude investovat pouze do reklamy s nízkými náklady. To znamená, že se nechají vytisknout letáky, které budou umístěny na středních a vysokých školách. Dále bude přicházet v úvahu reklama na internetu. Obojí způsoby reklamy však nejsou nijak výrazně nákladné.

## 6. CENOVÁ KALKULACE E-SHOPU

Společnosti Poski.com s.r.o. bylo zadáno vypracování cenové kalkulace internetových stránek s E-shopem. Správná prezentace produktů je zásadní. Společnosti byly zadány určitá kritéria a na základě toho byla zaslána následující nabídka.

### 6.1 Tvorba www stránek

Cílem je vytvoření originálních webových stránek, které budou vytvořeny dle současných standardů konsorcia W3C. Stránky musejí splňovat tato kritéria:

- moderní, živý a progresivní grafický design
- validita a přístupnost

- optimální složení relevantních informací<sup>18</sup>

### 6.1.1 Průběh řešení

- a) Na základě modelu stránek se vytvoří grafický návrh webu
- b) Po schválení grafického návrhu se připraví webové šablony v XHTML a CSS
- c) Připraví se CMS systém dle zadání
- d) Webové šablony se napojí na CMS systém
- e) Testování a spuštění<sup>19</sup>

### 6.1.2 Cena

**Tabulka č. 2: Kalkulace webových stránek**

Položka	Cena v Kč s DPH
Grafický návrh webových stránek a veškerých elementů	19 300,-
Příprava webových šablon XHTML a CSS	15 000,-
Tvorba CMS systému a napojení na šablony	20 300,-
<b>Celkem</b>	<b>54 600,-</b>

*Pramen: tabulka zaslaná společností Poski.com s.r.o., vlastní úprava.*

Cena nezahrnuje korekturu textů. Veškerý obsah webu (texty, obrázky, video apod.) si musí zákazník dodat sám.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Nabídka zaslaná společností Poski.com s.r.o. ze dne 25.10.2011

<sup>19</sup> Nabídka zaslaná společností Poski.com s.r.o. ze dne 25.10.2011

<sup>20</sup> Nabídka zaslaná společností Poski.com s.r.o. ze dne 25.10.2011

## **6.2 Tvorba E-shopu**

### **6.2.1 Cíle**

Výrobní podklady vycházejí z dané funkčnosti verze E-shopu pBusiness. V případě, že jsou požadovány moduly, které nejsou součástí verze pBusiness, dojde k vytvoření podrobné specifikace těchto požadavků klienta.<sup>21</sup>

### **6.2.2 Průběh řešení**

- a) Produktový manažer na schůzce s klientem sestaví podrobný seznam požadavků na vzhled a funkčnost
- b) Následně budou sestaveny výrobní podklady, kde budou přesně definovány veškeré požadavky na funkčnost a vzhled internetového obchodu
- c) Výrobní podklady budou zaslány k odsouhlasení
- d) Po schválení výrobních podkladů bude vytvořen grafický návrh internetového obchodu.<sup>22</sup>

## **6.3 Grafický návrh internetového obchodu**

Cílem je vytvoření individuálního grafického návrhu internetového obchodu.

### **6.3.1 Průběh řešení**

- a) Grafik připraví na základě požadavků definovaných ve výrobních podkladech vzhled internetového obchodu
- b) Klient obdržení návrh zhodnotí
- c) Na základě připomínek klienta připraví grafik finální vzhled internetového obchodu

---

<sup>21</sup> Nabídka zasláná společností Poski.com s.r.o. ze dne 25.10.2011

- d) Po schválení je grafický návrh implementován do internetového obchodu

V ceně grafického návrhu je dodání dalšího grafického návrhu na základě připomínek klienta k prvnímu obdrženému grafickému návrhu. Další grafické návrhy jsou zpoplatněny cenou 5 000 Kč/návrh.

## **6.4 Implementace grafického návrhu**

Cílem je implementace navrženého designu do webových šablon v XHTML a CSS.

### **6.4.1 Průběh řešení**

- a) Na základě schváleného designu se připraví webové šablony v XHTML a CSS
- b) Webové šablony budou vytvořeny dle současných standardů konsorcia W3C
- c) Šablonby budou připraveny v jednotném vzhledu pro prohlížeče Opera, Firefox, Google Chrome, Safari, Internet Explorer ve verzích 7 a 8.<sup>23</sup>

## **6.5 Implementace internetového obchodu**

### **6.5.1 Cíle**

Vytvořené webové šablony budou propojeny s internetovým obchodem, který bude postaven na definovaném redakčním systému Poski.com pro snadné udržování změn v obsahu bez nutnosti oslovení Poski.com. Údržbu internetového obchodu tak může provádět zvolený zodpovědný pracovník. Díky tomuto řešení může dojít k optimalizaci nákladů na správu internetového obchodu.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> Nabídka zaslaná společností Poski.com s.r.o. ze dne 25.10.2011

<sup>23</sup> Nabídka zaslaná společností Poski.com s.r.o. ze dne 25.10.2011

<sup>24</sup> Nabídka zaslaná společností Poski.com s.r.o. ze dne 25.10.2011

## 6.5.2 Průběh řešení

Připravíme funkční verzi internetového obchodu dle výrobních podkladů (jednotlivé funkce jsou popsány níže):

- a) Do internetového obchodu vložíme testovací data
- b) Internetový obchod otestujeme a předáme klientovi k otestování

**Tabulka č. 3: Funkce internetového obchodu**

<b>Funkce internetového obchodu</b>
<b>Modul uživatele</b>
- Instalace E-shopu
- Vyhledávání v e-shopu
<b>Modul výrobci</b>
<b>Modul způsob platby</b>
<b>Modul způsob dopravy</b>
<b>Modul produkty</b>
- varianty produktů
- editace kategorií
- akční produkty
- rozšířený popis produktů
- export na zboží.cz
- základní sledování skladu
- vkládání příloh k produktu
- video u produktu
- hodnocení produktu
- plovoucí okno pro vložení produktu do košíku
<b>Modul zákazníci</b>
- slevový systém u zákazníků
- odesílání newsletteru
- tisková sestava
<b>Modul objednávky</b>
- sledování stavu objednávek
- editace objednávky



- slevy na objednávku
- tiskové sestavy
- navigace v průběhu objednávky
<b>Modul fakturace</b>
<b>Modul pro reklamní bannery</b>
<b>Mapa stránek</b>

*Pramen: tabulka zaslaná společností Poski.com s.r.o., vlastní úprava.*

Dynamické stránky e-shopu (produkty, kategorie, obrázky apod.) si bude objednatel plnit sám pomocí vytvořeného redakčního systému e-shopu.

Finanční náročnost je 54.900,- Kč bez DPH. Časová náročnost realizace je 4 týdny od podpisu smlouvy.<sup>25</sup>

## 7. DOTAZNÍK

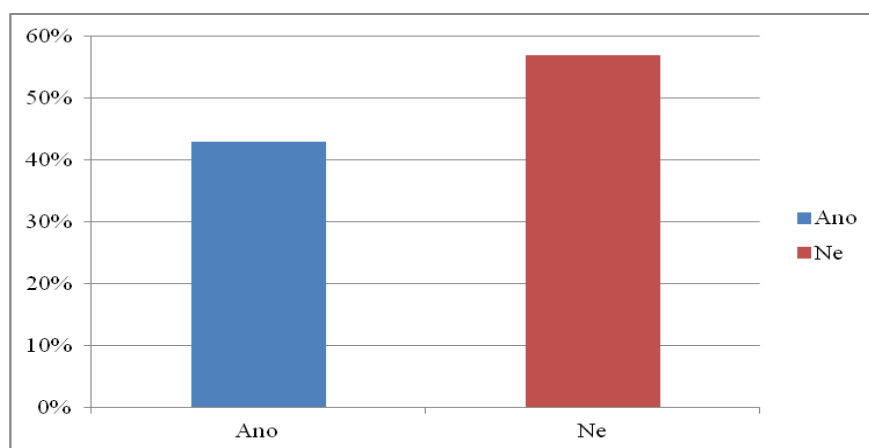
Dotazník vyplnilo celkem 100 respondentů. Celkem bylo položeno 9 otázek. Byly použity otevřené a uzavřené otázky. Níže naleznete vyhodnocení vyplněných dotazníků.

### 7.1 Vyhodnocení otázky č. 1

V otázce č. 1 respondenti odpovídali na otázku, zda-li nosí baret. 57% dotázaných odpovědělo, že baret nenosí. A pouhých 43% odpovědělo, že baret nosí.

---

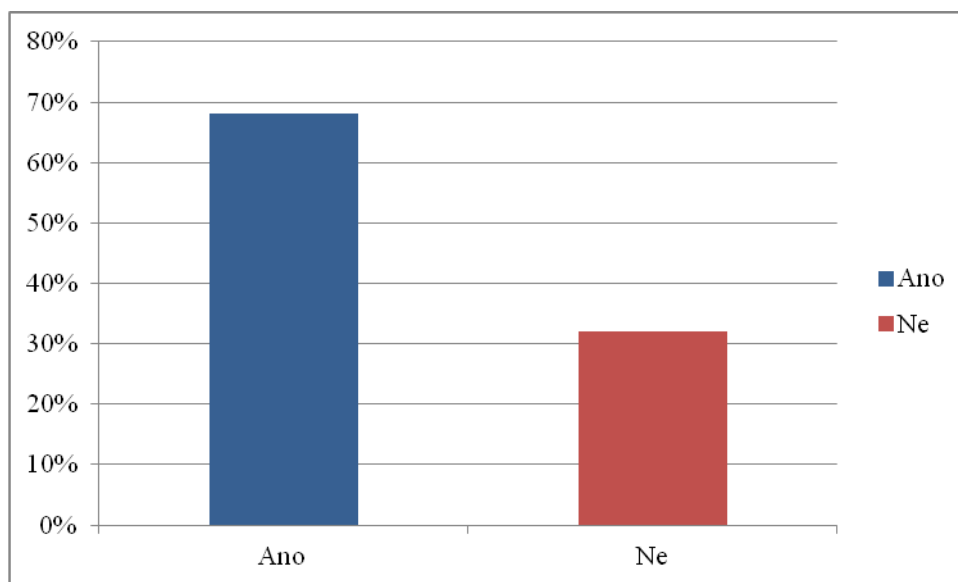
<sup>25</sup> Nabídka zaslaná společností Poski.com s.r.o. ze dne 25.10.2011



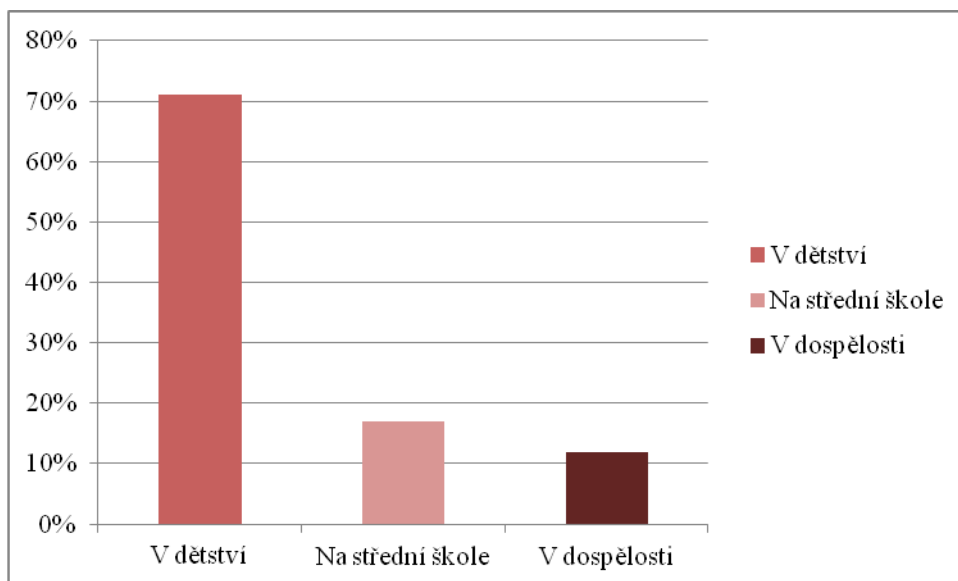
Graf 1

## 7.2 Vyhodnocení otázky č. 2

Otázka č. 2 zjišťovala, jestli respondenti, kteří v otázce č. 1 odpověděli, že baret nenosí, někdy dříve baret nosili. 68% dotázaných odpovědělo, že ano, a 32% odpovědělo ne. Pokud v této otázce odpověděli ano, měli respondenti také uvést, kdy v minulosti baret nosili (např. v dětství, na střední škole atd.). Z těch, kteří odpověděli, že baret dříve nosili, 71% osob nosilo baret v dětství, 17% na střední škole, 12% nosilo baret jen krátké období v dospělosti.



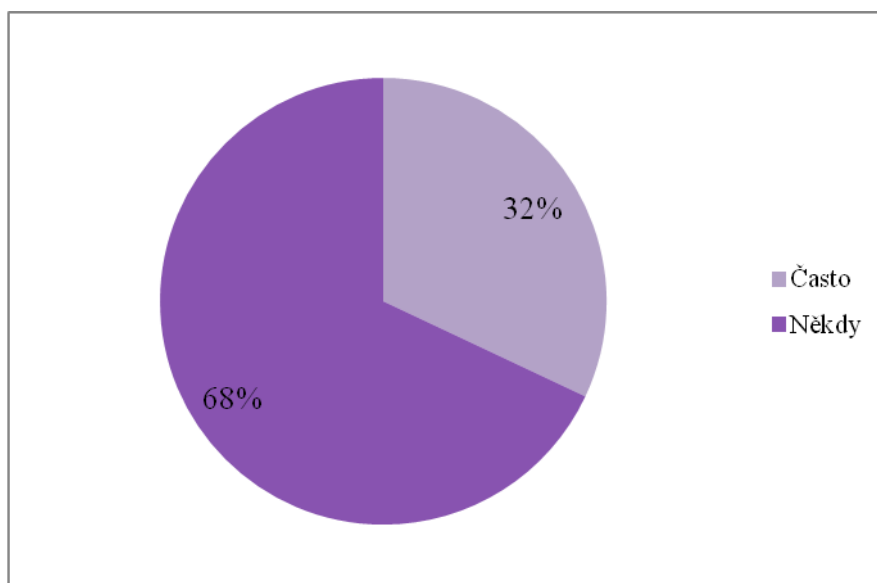
Graf 2



Graf 3

### 7.3 Vyhodnocení otázky č. 3

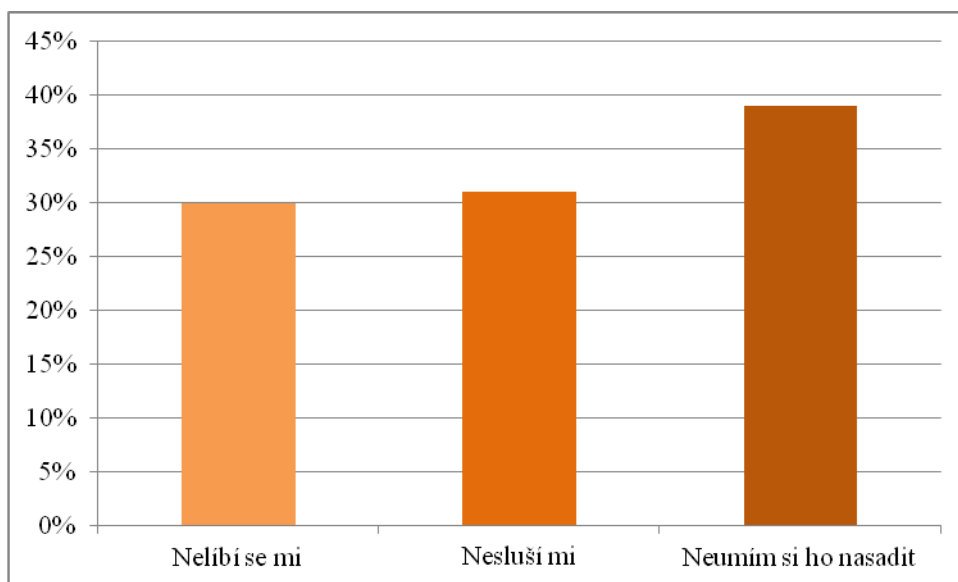
V otázce č. 3 bylo zjišťováno, jak často respondenti baret nosí. 32% osob odpovědělo, že nosí baret často, a 68% nosí baret jen někdy.



Graf 4

## 7.4 Vyhodnocení otázky č. 4

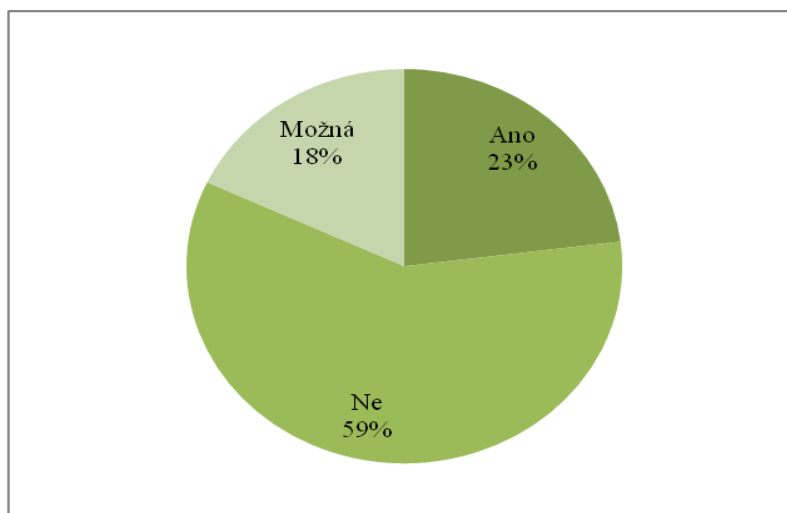
V otázce č. 4 byli respondenti dotázáni, proč baret nenosí. Tato otázka byla určena těm, kteří odpověděli v otázce č. 1, že baret nenosí. Z toho 30% odpovědělo, že baret nenosí, protože se jim nelíbí. 31% dotázaných tvrdí, že jim nesluší. A 39% osob má problém s tím, že si neumí baret nasadit.



Graf 5

## 7.5 Vyhodnocení otázky č. 5

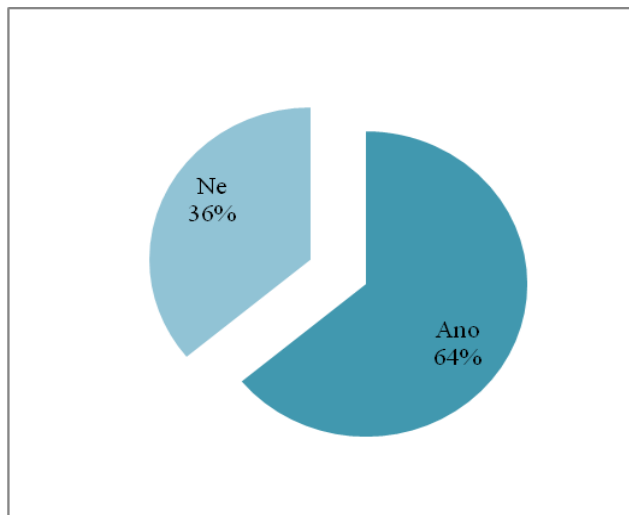
V otázce č. 5 měli respondenti říct, jestli by baret koupili jako dárek. 59% osob by baret jako dárek nekoupilo. 23% by baret jako dárek koupilo a 18% odpovědělo, že možná.



Graf 6

## 7.6 Vyhodnocení otázky č. 6

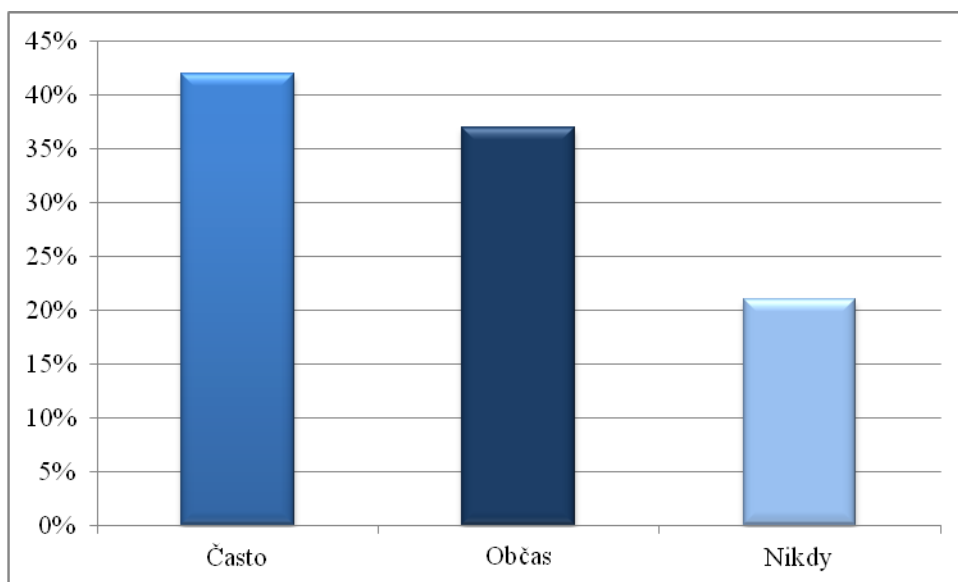
Otázka č. 6 zjišťovala, jestli respondenti rádi nakupují přes internet. 64% respondentů odpovědělo ano a 36% respondentů nerado nakupuje přes internet.



Graf 7

## 7.7 Vyhodnocení otázky č. 7

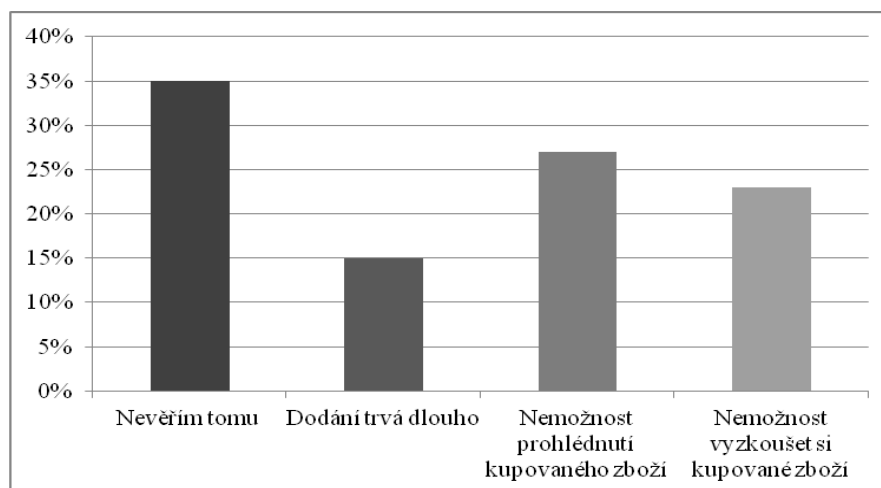
V otázce č. 7 měli respondenti zhodnotit, jak často nakupují přes internet. 42% dotazovaných nakupuje přes internet často, 37% občas a 21% nikdy.



Graf 8

## 7.8 Vyhodnocení otázky č. 8

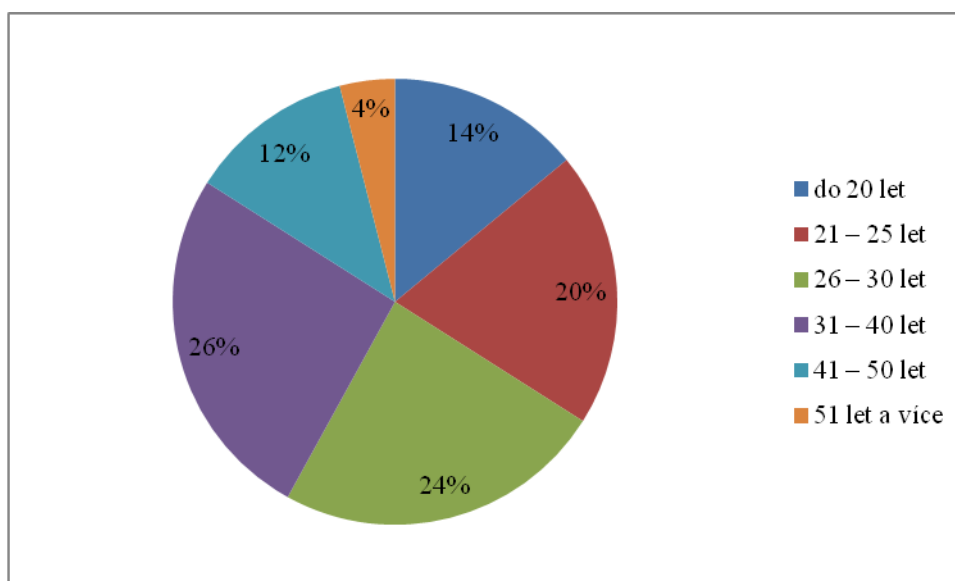
V této otázce se měli respondenti vyjádřit k tomu, proč nenakupují přes internet. 35% respondentů nenakupuje přes internet proto, že tomu nevěří. 15% kvůli tomu, že dodání trvá dlouho. 27% nenakupuje přes internet z důvodu nemožnosti prohlédnutí kupovaného zboží. A 23% kvůli nemožnosti vyzkoušení kupovaného zboží.



Graf 9

## 7.9 Vyhodnocení otázky č. 9

V této otázce se zjišťoval věk respondentů.



Graf 10

## 8. PRŮZKUM U KONKURENCE

V tabulkách níže dojde ke srovnání zdobených a nezdobených baretů u různých značek.

### Zdobené barety:

**Tabulka č. 4: Ceny zdobených baretů u konkurence**

<b>Značka</b>	<b>Cena v Kč</b>
C&A	549,-
H&M	399,-
Orsay	379,-
Camaieu	329,-
Guess	1990,-
F&F	270,-
Tonak	570,-

*Pramen: vlastní tabulka.*

### Nezdobené barety:

**Tabulka č. 5: Ceny nenazdobených baretů u konkurence**

<b>Značka</b>	<b>Cena v Kč</b>
C&A	399,-
H&M	249,-
Orsay	279,-
Camaieu	199,-
Guess	1590,-
F&F	230,-
Tonak	230,-

*Pramen: vlastní tabulka.*

## 9. STANOVENÍ PRODEJNÍ CENY

Stanovení ceny se odvíjí od nákladů, poptávky nebo konkurence. Stanovení ceny je možno provést pěti způsoby:

1. Nákladově orientovaná tvorba cen – zde hrají hlavní roli náklady, ke kterým se připočítá ještě standardní procento pokrývající odbytové náklady a hrubý zisk. Nevýhodou této metody je, že nebere v potaz poptávku a konkurenci. Tento způsob stanovení ceny však jednoduchý a transparentní.
2. Analýza bodu zvratu – jedná se o nákladovou metodu, která hledá cenu vedoucí k předem naplánovanému zisku.
3. Orientace na poptávku – pro tuto metodu je důležitý názor zákazníka, jakou cenu uznává, nebo také míra poptávky. Zde můžeme vycházet z osobního dotazování zákazníků a na základě průzkumu stanovit cenu.
4. Orientace na konkurenci – v tomto případě se stanovuje cena na základě cen konkurence. To znamená, že klíčovým faktorem zde nejsou náklady nebo poptávka, ale především konkurence. Můžeme pak vytvořit průměr konkurenčních cen.
5. Nabídky ceny pro veřejné soutěže – dokud nejsou uzavřeny příjmy nabídek, obsah nabídek je udržován v tajnosti. U této metody se zjišťuje chování konkurence, jeho zájem o získání zakázky a jakou hladinu zisku je ochotna přijmout.<sup>26</sup>

U stanovení ceny zdobených baretů se přihlíželo k několika faktorům. Jedním z nich jsou výrobní náklady, které činí, jak už bylo zmíněno výše, 160,- Kč na jeden zdobený baret. Dalším důležitým faktorem jsou ceny u konkurence. Ale rozhodující byl průzkum založený na prodeji baretů přes internet.

Začátkem září roku 2010 byl započat prodej baretů přes [www.aukro.cz](http://www.aukro.cz). Tedy v době, kdy se barety nejvíce prodávají. Barety se začínají prodávat nejvíce na podzim a jejich prodej trvá do jara. Prodej přes [www.aukro.cz](http://www.aukro.cz) trval do Vánoc, takže celkem 3 měsíce.

Vystavilo se celkem přes 20 baretů. Polovina z nich byla nazdobená a druhá polovina byla nenazdobená.

---

<sup>26</sup> Rydvalová (1999, str. 73-74)



Během první vlny prodeje (1. týden) se vystavily pouze nazdobené barety, které se prodávaly za 399,- Kč. Takto vystavených baretů bylo pouze 10 a z těchto desíti se v prvním týdnu prodeje prodal za tuto cenu pouze jeden baret. Tyto barety si prohlédlo celkem okolo 200 lidí. Což je poměrně dost lidí a vzhledem k výsledku z toho vyplývají dvě možnosti, proč počet prodaných baretů nebyl vyšší. Jednou z nich je ta varianta, že se potencionálním zákazníkům nelíbil nabízený produkt. Druhou variantou je, že se zdobený baret nabízel za příliš vysokou cenu.

Ve druhém týdnu se nazdobené barety prodávaly za stejnou cenu, avšak byl zde znatelný pokles počtu prohlédnutí inzerátů než v minulém týdnu a to z cca 200 na cca 100 lidí. Inzeráty byly tedy prodlouženy o 10 dní a ponechala se cena 399,- Kč. Zájem o nazdobené barety klesal, protože se na aukru objevovali podobní prodejci s levnějšími barety.

To byl tedy podnět pro snížení ceny baretů a rozšíření také našeho sortimentu. Další týden se tedy vystavily nenazdobené barety spolu se zbytkem nazdobených a celkově byla snížena cena u všech baretů.

Nazdobené barety se v polovině října prodávaly za 299,- Kč a nenazdobené barety za 249,- Kč. První týden tohoto prodeje s nenazdobenými barety měl úspěch. Prodalo se jich celkem 5 za 299,- Kč a prohlédnutí všech baretů vzrostlo na 500 lidí. Což je více než dvojnásobek počtu prohlédnutí v prvním týdnu prodeje s nazdobenými barety.

Kupující si také začali položky s barety, které se jim líbily, dávat do sledování a zájem byl tedy o barety větší. Nicméně, na odbyt šly nejvíce klasické, nenazdobené barety v barvách jako byla bílá, černá, hnědá, tmavě modrá.

Nazdobené barety měli úspěch ale také. Lidé měli zájem nejvíce o černý baret s květinovou ozdobou. Tento baret byl prodán jako jeden z prvních. Dále byl velký zájem o modrý baret se světle modrými květinami a také o červený baret s květinovou ozdobou černo-stříbrné barvy a korálky.

Před Vánocemi na aukru zůstaly pouze ty barvy baretů, o které nebyl moc velký zájem. Jednalo se o různé odstíny barvy fialové, zelené, růžové.

V posledních týdnech prodeje byly nakonec ceny baretů sníženy na minimum a to na 199,- Kč za nazdobený baret a 149,- Kč za nenazdobený baret. Byl znatelný nárůst v prohlednutí položek a také ve sledování těchto položek. V tomto období se prodaly všechny zbývající barety.

Prodej baretů se uskutečňoval v době, kdy na aukru nebyl takový počet uživatelů, jako je dnes.

Z prodeje na [www.aukro.cz](http://www.aukro.cz) a z průzkumu u konkurence tedy vyplývá, že cena nazdobených baretů, kterou jsou kupující ochotni za zboží zaplatit, se stanoví na částce 249,- Kč a nenazdobených baretů na částce 199,- Kč.

## 10. SWOT ANALÝZA

SWOT analýza slouží k identifikaci silných a slabých stránek, příležitostí a rizik. Každá společnost má vlastní specifika a záleží na ní, jak bude v danou chvíli situaci hodnotit, zda-li se bude jednat o silnou či slabou stránku. Důležité však je, aby se provedená analýza správně vyhodnotila.

Při identifikaci příležitostí a hrozeb se zkoumá makroprostředí, do kterého patří následující prostředí - přírodní, technologické, demografické, ekonomické, politicko-právní a sociálně-kulturní. Také jsou zde důležité vlivy globálního makroprostředí.

V rámci analýzy silných a slabých stránek se zkoumá externí a interní mikroprostředí firmy. Do externího mikroprostředí firmy patří zákazníci, dodavatelé, konkurence, marketingoví prostředníci a veřejnost. V rámci interního mikroprostředí se analyzují výrobní, technické, finanční a jiné podmínky.<sup>27</sup>

V tabulce níže byla provedena analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb při podnikání se zdobenými barety.

---

<sup>27</sup> Vašítková (2008, str. 58-68)

**Tabulka č. 6: SWOT analýza**

<b>Silné stránky (S):</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- krásný produkt, který není v ČR tolik rozšířený</li><li>- dostupná cena</li><li>- možnost rozšiřovat svou nabídku o nové druhý zdobených baretů</li><li>- možnost zdobení za přání (dle návrhu zákazníka)</li></ul>	<b>Slabé stránky (W):</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- prodej pouze přes E-shop</li><li>- strach lidí z nakupování přes E-shop</li><li>- prodej pouze jednoho produktu</li><li>- produkt zaměřující se pouze na ženy</li><li>- pouze sezónní prodejny – podzim, zima</li><li>- nemožnost vyzkoušení produktu</li><li>- nová firma na trhu</li></ul>
<b>Příležitosti (O):</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- pouze jedna nejznámější firma specializující se na výrobu a prodej pokrývek hlavy</li></ul>	<b>Rizika (T):</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- vysoká konkurence</li></ul>

*Pramen: vlastní tabulka.*

## 11. ZÁVĚR

Cílem této bakalářské práce bylo zjistit, zdali by se finančně vyplatilo založit E-shop, ve kterém by se prodávaly zdobené baretů různých barev a odstínů. Kvůli dobré znalosti prodáváného produktu, byly zjištěny od společnosti Tonak a.s. informace o historii baretů v České republice a dále jejich výrobě.

Dále byly v této práci popsány způsoby zdobení baretů a na ukázkou bylo přiloženo několik fotografií pro jasnější představu, jaké produkty se budou v E-shopu nabízet.

Poté byly rozepsány veškeré náklady na výrobu nabízeného produktu v internetovém obchodě a také náklady na tvorbu internetového obchodu samotného. Po vypracování přehledů nákladů na výrobu baretů a založení E-shopu, bylo zjištěno, že počáteční a pravidelné náklady nejsou příliš vysoké.

Byl vytvořen dotazník, který byl zaměřen na nošení baretů a sledoval nákupní chování potencionálních zákazníků. Tento dotazník byl následně vyhodnocen pomocí grafů. Z průzkumu bohužel vyplynulo, že 57% žen baret vůbec nenosí. A pouhých 43% baret nosí a z toho jen 32% nosí baret často. Zajímavou informací bylo, že ti respondenti, kteří odpověděli, že baret nenosí, ho nosili dříve a to většinou v dětství. Proto by bylo

výhodné rozšířit nabídku zdobených baretů o dětské baretů. Další důležitou informací bylo, že 64% dotázaných nakupuje přes internet ráda. 59% respondentů by baret jako dárek nekoupilo. Celkově z vyhodnocení dotazníků vyplývá, že prodej zdobených baretů v internetovém obchodě by příliš úspěšný nebyl, vzhledem k tomu, že poptávka po baretech není vysoká.

Pro stanovení ceny, za kterou budou zdobené baretů v internetovém obchodu prodávány, byl proveden cenový průzkum u různých firem, které prodávají pokrývky hlavy, a byl zahájen prodej přes [www.aukro.cz](http://www.aukro.cz), kde byly prodávány zdobené a nezdobené baretů. Aby se zdobené baretů prodaly, musela se jejich cena snížit na 199,- Kč. Mnohem větší zájem byl o baretů nenazdobené.

Z této práce tedy vyplývá, že prodej zdobených baretů přes E-shop nebude úspěšný a finančně by se nevyplatil.

## 12. POUŽITÁ LITERATURA

VAŠTÍKOVÁ, Miroslava: *Marketing služeb*, Praha, Grada, 2008, ISBN 978-80-247-2721-9

RYDVALOVÁ, Petra: *Drobné podnikání*, Liberec, TUL, 1999, ISBN 80-7083-325-4

Interní informace poskytnuté společností Tonak a.s. ze dne 4.11.2011

## 13. SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 .....	32
Graf 2 .....	32
Graf 3 .....	33
Graf 4 .....	33
Graf 5 .....	34
Graf 6 .....	34
Graf 7 .....	35
Graf 8 .....	35
Graf 9 .....	36
Graf 10 .....	36

## 14. SEZNAM TABULEK

Tabulka č. 1: Náklady na výrobu baretů .....	25
Tabulka č. 2: Kalkulace webových stránek .....	27
Tabulka č. 3: Funkce internetového obchodu .....	30
Tabulka č. 4: Ceny zdobených baretů u konkurence .....	37
Tabulka č. 5: Ceny nenazdobených baretů u konkurence .....	37
Tabulka č. 6: SWOT analýza .....	41

## 15. SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek č. 1: Modrý baret .....	21
Obrázek č. 2: Červený baret .....	22

Obrázek č. 3: Hnědý baret .....	22
Obrázek č. 4: Fialový baret.....	22
Obrázek č. 5: Růžový baret .....	23
Obrázek č. 6: Fialový baret.....	23
Obrázek č. 7: Růžový baret .....	23
Obrázek č. 8: Tmavě modrý baret .....	24
Obrázek č. 9: Světle modrý baret .....	24
Obrázek č. 10: Červený baret.....	24
Obrázek č. 11: Modrý baret .....	25
Obrázek č. 12: Tmavě modrý baret .....	25

## 16. PŘÍLOHA: DOTAZNÍK

1. Nosíte baret?

- a) Ano
- b) Ne

2. Na tuto otázku odpovídejte pouze v případě, že jste v otázce č. 1 odpověděla ne. Nosila jste někdy baret? Pokud ano, uveďte prosím kdy (v dětství jako malá, na střední škole atd.)

- a) Ano, .....
- b) Ne

3. Pokud jste v otázce č. 1 odpověděla ano, jak často nosíte baret?

- a) Často
- b) Někdy

4. Pokud ho nenosíte, uveďte důvod, proč ne.

- a) Nelíbí se mi
- b) Nesluší mi
- c) Neumím si ho nasadit
- d) Jiný důvod (uveďte jaký)  
.....

5. Koupila byste ho jako dárek?

- a) Ano
- b) Ne
- c) Možná

6. Nakupujete ráda přes internet?

- a) Ano
- b) Ne

7. Jak často nakupujete přes internet?

- a) Často
- b) Občas
- c) Nikdy



**8.** Pokud nenakupujete přes internet, uveďte prosím důvod, proč ne.

- a) Nevěřím tomu
- b) Dodání trvá dlouho
- c) Nemožnost prohlédnutí kupovaného zboží
- d) Nemožnost vyzkoušet si kupované zboží
- e) Jiný důvod (uveďte jaký)

.....

**9.** Věk

- a) do 20 let
- b) 21 – 25 let
- c) 26 – 30 let
- d) 31 – 40 let
- e) 41 – 50 let
- f) 51 let a více